



광·학·뉴·스·카·인

### <카메라>

**가전·카메라·필름·컴퓨터·주변기기 업체, 디지털 카메라시장 '빅3'**

국내 디지털 카메라시장이 올 4·4분기를 기점으로 가전·컴퓨터 주변기기·카메라 및 필름업체 중심의 3파전 구도를 형성할 전망이다.

관련업계에 따르면 지난해부터 신규 참여업체가 줄어 있고 있는 디지털 카메라시장은 현재까지 10여개 업체가 진출, 시장 선점경쟁에 돌입한 상황인데 장기적으로는 기술·마케팅 측면에서 기존 사업과의 연계성을 살릴 수 있는 가전·카메라 및 필름업체·컴퓨터 주변기기 업체들간 대결로 압축될 것으로 예상되고 있다.

올들어 독자모형을 개발하고 디지털 카메라시장에 진출한 삼성전자·LG전자는 그동안 축적된 캠코더 개발 및 생산 기술을 디지털 카메라사업에 십분 활용하고 있다. 또 양사는 각각 수천개에 달하는 가전 및

C&C 대리점을 디지털 카메라 유통망으로 활용할 수 있어 카메라 및 필름업체나 컴퓨터 주변기기 업체들에 가장 위협적인 존재로 인식되고 있다.

삼성항공·아남인스트루먼트·한국후지필름·한국코닥·아그파코리아 등 카메라 및 필름 업체들은 기존 카메라 및 필름시장에서 쌓아온 브랜드 이미지를 기득권으로 활용하면서 디지털 카메라시장에서 주도권을 잡으려 하고 있다. 그러나 가전업체들에 비해 유통망이 열세인 점을 보강하기 위해 관련업체와 제휴하는 방안을 적극 모색하고 있다.

한국후지필름의 경우 복사기시장에서 탄탄한 기반을 확보하고 있는 롯데캐논과의 제휴를, 한국코닥·아그파코리아 등은 전자출판업체나 디지털 포토숍 등 사진·출판 전문업체들과의 제휴를 시도하고 있다.

한편 휴렛팩커드(HP)·엡슨 등 컴퓨터 주변기기에서 강세를 보이고 있는 업체들도 디지털 카메라와 디지털 사진 전

용 스캐너와 전용 프린터 등을 앞세워 디지털 카메라시장을 공략하고 있다.

최근 한국휴렛팩커드는 일본의 코니카와 공동 개발한 35만 화소급 보급형 디지털 카메라와 필름 스캐너·사진프린터로 구성된 「디지털 홈포토 시스템」을 출시했다. 프린터로 유명한 일본 엡슨도 한국에 디지털 카메라와 관련 주변기기를 전담하는 별도 법인을 설립했다. 이 업체들은 디지털 카메라의 보급이 확대되면 스캐너·프린터 등의 수요도 당연히 증가하게 될 것이라는 판단 아래 디지털 카메라를 자신들의 입지를 확대할 수 있는 지렛대로 활용하겠다는 전략이다.

**아남인스트루먼트, 수동식 카메라 'FM2' 총판매대수 20만 돌파**

아남인스트루먼트는 지난 87년 출시한 수동식 카메라(모델명 FM2)가 10년 만에 총 20만대 판매를 돌파했다고 밝혔다.

완전 수동식 카메라인 FM2

는 구리·실루민·알루미늄 합금을 본체 소재로 사용하고 있으며 최저 영하 섭씨 30도의 악조건 속에서도 제기능을 발휘하는 탁월한 내구성으로 인해 사진 전문가들로부터 호평을 받아왔다.

아남인스트루먼트측은 앞으로도 새로운 기능이나 디자인을 변경하지 않은 채 이 제품을 계속 생산할 계획이라고 밝혔다.

### ■ 아그파코리아, 디지털 카메라사업 확대

아그파 코리아가 보급형 디지털 카메라시장에 본격 진출했다.

지난해 전문가용 「액션 캠」과 「스튜디오 캠」 시리즈를 출시하고 디지털 카메라시장에 진출했던 아그파 코리아는 올해 들어 30만화소급 보급형 디지털 카메라 「E포토 307」을 선보인 데 이어 이달 말부터 신제품 「E포토 1280」을 출시, 디지털 카메라시장에서 입지를 확대해 나갈 계획이다. E포토 1280은 해상도 1백20만화소급에 3배 줌 기능과 2백70도 회전렌즈를 장착한 디지털 카메라인데 일본에서 생산되어 아그파 코리아에 공급될 예정이다.

카메라용 필름업체로 알려진 아그파는 현재 디지털 카메라

이외에도 스캐너·프린터·필름리코더 등 전자출판 및 컴퓨터 그래픽 관련장비도 공급하고 있다.

### ■ 독일, 소리를 색으로 보여주는 카메라 개발

카메라를 이용해 소음을 측정하는 시대가 열릴 전망이다.

독일의 월간 게오지(誌) 최신호는 비행기 엔진 소음이나 자동차 소리등을 찍어 「소리」를 시각화해주는 카메라가 베를린의 한 전자기술 전문가에 의해 개발됐다고 보도했다.

이 카메라의 작동원리는 적외선 사진 촬영과 비슷한 것으로 소리를 영상으로 변환시킬 수 있다는 개념을 활용한 것이다. 최첨단 컴퓨터가 내장된 카메라의 정사각형 틀안에 가로세로 각각 4개씩의 마이크를 설치, 이를 「렌즈」로 사용한다.

이 경우 방출된 음파는 마이크에 잡혀 컴퓨터로 전송돼 그 안에 있는 특별 소프트웨어의 지원을 받아 색깔로 표시된다.

소음이 큰 부분에서는 푸른색이 감도는 보라색으로, 조용한 부분에서는 노란색으로 각각 나타난다고.

### ■ 프랑스, 일회용 카메라 판매 급증 -대형 유통업체 통한 진출모색 바람직-

최근 5년간 프랑스의 일회용

카메라 시장이 해마다 15~20%씩 급속히 확대돼 지난해 소비량이 약 1,200만개에 이른 것으로 집계됐다.

일회용 카메라는 특히 축제 때나 날씨가 좋은 날 잘 팔리고 있다. 가격대가 F.Fr. 37~89 범위로서 큰 부담이 되지 않기 때문에 일반 카메라를 준비하지 못한 사람들도 바캉스나 가족모임의 추억을 간직하기 위해 일회용 카메라를 자주 찾고 있으며, 사용이 간편해 어린이 소비자들도 적지 않은 것으로 알려지고 있다.

또한 일회용 카메라로 찍은 사진의 질은 일반 카메라의 사진보다 떨어지기는 하지만 일반 사진보다 좌우로 넓게 촬영·인화할 수 있는 기능이나 물속에서도 촬영이 가능한 방수기능을 가진 일회용 카메라 등이 개발, 시판돼 그 수요는 지속적으로 확대될 것으로 예상되고 있다.

프랑스에서 시판되고 있는 일회용 카메라 종류는 24개 안팎이나, 기능으로 볼 때 크게 4가지로 구분할 수 있다. 이중 18개 제품은 유명 메이커 제품이며, 나머지 6개는 유통업체 상표로 판매되고 있다. 이중 코닥, 후지, 아그파, 코니카 4대 상표가 전체 시장의 80~90%를 점유하고 있다.

**■ 미국, CCTV시장 증가세 지속**  
-2000년까지 연평균 11~15% 성장 전망-

96년 미국의 경비시스템 시장규모는 132억달러로 전년대비 2.2% 증가한 것으로 조사되고 있으며, 이중 CCTV 시장규모는 15억8천만달러로 전년대비 11% 증가한 것으로 나타나고 있다. 미국의 CCTV 시장이 증가세를 지속하고 있는 것은 신규수요의 지속적인 증가와 Advanced Controlled Systems, High Speed Multi-Task Digital Multiplexers, Recorders 등 새로운 디지털기술이 개발되고 있어 2000년까지 연평균 11~15%의 높은 증가세를 지속할 것으로 예상되고 있다. 또한 Security Dealer Magazine에 따르면 미국 제조업체들이 지속적인 성장세를 보여주고 있어 99년 미국내 CCTV 생산규모가 10억달러에 달할 것으로 전망되고 있다.

미국시장의 CCTV가격은 중국, 말레이시아, 대만 등 아시아국가들의 본격적인 시장공략으로 가격하락 현상을 보이고 있으나 제조업체들의 R&D 투자확대로 시스템, 하드웨어 및 소프트웨어의 신제품이 속속 개발돼 다양한 가격대를 형성하고 있어 향후 미국의 CCTV시장은 다양한 수요처를

● 수입실적(HS 8525102030)

(단위 : US \$ 백만)

| 국 별   | 1995  | 1996  | 97. 1~6 |
|-------|-------|-------|---------|
| 멕시코   | 702   | 848   | 331     |
| 대만    | 216   | 321   | 215     |
| 일본    | 205   | 136   | 54      |
| 말레이시아 | 11    | 43    | 21      |
| 중국    | 18    | 41    | 16      |
| 캐나다   | 30    | 38    | 24      |
| 영국    | 7     | 8     | 5       |
| 프랑스   | 1     | 5     | -       |
| 한국    | 5     | 4     | 2,817   |
| 총계    | 1,205 | 1,453 | 677     |

자료 : World Trade Atlas 97년 6월

주 : 총계금액과 국별합계액의 차액은 기타국으로부터의 수입액임.

대상으로 제조업체간 가격 및 품질 경쟁이 치열하게 전개될 것으로 예상되고 있다.

CCTV의 주요 수요처는 경비목적의 소매점, 사무용빌딩, Warehouse, 은행, 경비용역회사 및 가정용 수요가 주류를 차지하고 있으나 산업용, 교통통제용, 의료용 등 일반적인 감시, 개인안전, 위험지역의 통제 등 다양한 신규수요가 지속적으로 창출될 것으로 전망되고 있다.

CCTV시장의 지속적인 수요급증 예상에 따라 CCTV 시스템을 구성하는 부품 수요 또한 두자릿수의 성장이 예상되고 있으며, CCTV용 카메라시장의 경우 2억3천만달러로 수요규모가 2000년까지 매년 15%의 증가세를 기록할 것으로 예상되고 있다.

현재 미국의 CCTV시장은 Sensormatic사와 Ultrak사가 시장을 주도하고 있는 가운데 멕시코·대만·일본 및 동남아시아가 미국산과 치열한 시장점유율 경쟁을 벌이고 있다.

96년 미국의 CCTV 수입규모는 14억 5,300만달러로 전년대비 20.3% 높은 증가율을 기록했으며, 97년 1~6월중에도 6억7,700만달러의 수입실적으로 전년 동기대비 15.1%의 증가세를 지속하고 있다.

주요 공급국은 멕시코와 대만으로 양국의 수입시장 점유율이 80%를 상회, 수입시장을 주도하고 있으며, 일본이 8%대의 시장점유율로 고급품시장에서 미국업체들과 경쟁하고 있다. 특히할만한 사항은 여타 품목과는 달리 중국의 진출이 약세를 보이고 있어 미국의

CCTV시장은 가격보다는 기술력과 대고객 서비스가 중요한 요소가 되고 있음을 보여주고 있다.

한국의 경우 약 15개사에서 CCTV를 생산하고 있으나 주력업체가 비디오 도어폰을 중심으로 내수시장에 주력하고 있고 시스템의 일부 부품에 대한 생산설비 미구축으로 96년의 경우 400만~500만달러 수출에 그치고 있다. 전체부품을 일괄 공급하지 못하고 있다는 점 외에도 모니터를 32개까지 연결할 수 있는 스위치 및 화면을 4개로 분리하는 기술능력 등 생산기술상의 문제점과 함께 최소주문량을 100개 이상으로 한정하는 등 대고객 서비스면에서도 경쟁국에 뒤지고 있는 것으로 나타나고 있어 고객 중심주의 마케팅기법 전환이 요망되고 있다.

96년 미국의 CCTV의 수출통계는 수입과 수출의 품목분류가 상이해 별도 품목으로 분류돼 있지 않아 CCTV를 포함한 대분류 품목인 Radio/TV Transmission Apparatus (HS 852510) 수출통계를 통해 CCTV 수출동향을 파악할 수 있다.

#### 1개사로부터 시스템 일체구입 경향

미국의 96년 Radio/TV Transmission Apparatus

(HS 852510) 수출실적은 12억4,700만달러로 전년대비 15.7% 증가했으며 87년 1~6월중에도 7억3,600만달러의 수출실적을 기록해 전년 동기 대비 30.3%의 높은 수출증가율을 지속하고 있는 것으로 나타나고 있어 CCTV 관련기기의 미국의 경쟁력은 높다.

CCTV 수입시 부과하는 미국의 일반수입관세율은 2.6%이며, 수입관세 이외의 특별한 비관세장벽은 없으나 이스라엘, 멕시코, 카리브연안국, 안데안가입국 등 특별협정 체결국에 대해서는 관세가 면제되고 있으며, 적성국(아프리카니스탄, 라오스, 베트남, 쿠바, 북한)산에 대해서는 35%의 관세율이 적용되고 있다.

여타 전기제품과 같이 미국의 전기용품 안전규격인 UL (Underwriters Laboratory)의 규격인증을 획득해야 한다.

일반적으로 경비를 목적으로 CCTV를 구입하는 소비자들은 제품의 기능과 품질을 가장 중요한 요소로 평가하고 있으나, 가격과 시스템 설치 이후의 A/S 활동도 제품구입시 주요 관심사항이 되고 있어 유명 브랜드 제품에 대한 선호도가 높은 편이다. 그러나 Liquor Store 등 소형매장의 경우 시스템 설치 및 유지비 부담으로 인해 가격중심의 구매패턴을 나타내는 등 수요계층에 따라

상이한 구매성향을 보이고 있으며, CCTV 시스템이 다양한 부품으로 구성돼 있다는 점에서 일괄설치 및 A/S가 가능한 회사의 제품을 선호하고 있다.

CCTV 시스템은 Digital Processed Camera, High-Speed Lenses, 16 Channel Multiplexer 및 Digital Recorder의 Network으로 구성돼 있어 대부분의 소비자들은 1개사로부터 시스템 일체를 구입하는 경향이 높은 편이나, 일부제품의 생산능력을 보유하고 있지 못한 한국산의 미국시장 공략에 한계를 드러내고 있다.

한편 현지 수입상들은 가격, 품질과 함께 제조업체의 현지 마케팅 활동지원 여부, 딜리버리 기한 준수, 최소 주문, 대금결제조건(D/A조건) 등 일반적인 거래요건도 주요 관심사항이 되고 있다.

#### ※수입상 명단

- Alarm Suppliers  
441 Victory Ave. San Francisco, CA 94080  
Tel : 1-415) 871-2300  
Fax : 1-415)871-7703  
Contact : Sam, Technical
- American Security Distribution  
83350 S. Hindry Ave. Los Angeles CA 90045  
Tel : 1-310) 568-9885  
Fax : 1-310)568-1507

Contact : Bob Liu

○Northern Video System  
4467 Granite Dr.  
Rocklin, CA 95677  
Tel : 1-916)630-4700  
Fax : 1-916)630-4800  
Contact : Brian James

○Mobile Video Products  
P.O.Box 815395 Dallas,  
TX 75381

Tel : 1-972)466-5649

Fax : 1-972)466-5648

Contact : Merwyn Simpson

○Tri-Ed Inc.

13831 Seaboard Circle,  
Garden Grove, CA 92843

Tel : 1-714)265-4005

Fax : 1-714)265-0303

Contact : Lonni

■ 터키, CCTV시스템시장 확대추세

-은행·대형빌딩, 슈퍼체인 등서 필수  
품화-

터키의 CCTV시스템 시장은 연간 3천만달러 이상으로 추산된다. 주요 은행, 대형빌딩, 슈퍼체인 등에서 CCTV 시스템은 필수품화돼 있으며, 일반 업소용 수요도 계속 증가세를 보이고 있어 시장은 확대되는 추세이다. 여기에 의료분야의 수요도 점차 증가할 전망이다.

CCTV시스템을 구성하는 카메라(모듈 포함), 모니터, 녹

● 수입실적(HS 852530)

(단위 : US \$ 천)

| 국 | 별 | 1994   | 1995   | 1996  |
|---|---|--------|--------|-------|
| 미 | 국 | 17,956 | 6,655  | 1,306 |
| 영 | 국 | 1,168  | 1,746  | 1,047 |
| 일 | 본 | 1,562  | 1,742  | 2,024 |
| 독 | 일 | 293    | 791    | 729   |
| 한 | 국 | 411    | 112    | 227   |
| 기 | 타 | 273    | 2,164  | 976   |
| 총 | 계 | 21,663 | 13,210 | 6,309 |

자료 : DIE(터키 통계청)

화용시스템중 터키국내에서 어느 정도 조달이 가능한 것은 모니터뿐이다. 카메라 및 컨트롤 시스템은 전량 수입되거나 부품을 수입해 단순 조립하는 형태이다. 이 분야는 어느 정도의 기술수준이 요구되는 분야로서, 터키의 수입은 당분간 지속될 수밖에 없다.

CCTV카메라의 주요 수입대상국은 일본, 미국, 독일, 영국, 한국, 대만, 중국 등이다. 94년 터키의 카메라(HS 8525.30) 수입은 2,160만달러였으나 그후 계속 감소해 96년에는 630만달러에 그치고 있다. 이는 터키업체들이 부품수입으로 전환했기 때문이다. 실제로 96년 부품(HS 85259081)수입은 2,140만달러에 달하고 있어 부품 및 완제품을 합하면 2,740만달러에 달한다.

한국의 대터키 수출은 완제품 22만7천달러, 부품 148만8천달러로 96년 총수출이 171

만달러에 달하고 있다.

터키의 CCTV카메라 수입 관세는 3.8%(흑백), 4.9%(컬러)이다. 여기에 23%의 부가가치세가 부과된다. 터키는 EU와 관세동맹을 맺고 있어서 EU산은 관세없이 수입된다. 따라서 제3국산(한국 등)은 상대적으로 불리하다.

터키의 CCTV시장이 활성화되면서 관련 업체가 무려 250개를 넘게 진출하고 있다. 이들이 소니 등 유명브랜드에서 값싼 제품까지 수입되던 시기를 지나서, 이제는 어느 정도 시장이 자리를 잡아가고 있는 단계이다. 이에 따라 약 30개 정도가 유명브랜드를 수입하는 중견 수입상이다. 이들은 대부분 CE마크제품을 수입하고 있다.

수입상이 직접 시공하는 경우는 20% 정도이고, 70%는 시공업체와 수입상이 분리돼 있다. 수입상들은 전문지식이 부족하고, A/S문제 등을 직접

취급하기 어렵기 때문이다. 물론, 대형빌딩, 은행, 대형 쇼핑 센터 등 대규모 수요처는 직수입을 하지만 약 10% 내외로 추정된다. 경쟁이 치열해지면서 가격인하를 위한 기술개발이 이어지고 있다.

무선방식의 CCTV 시스템이 보급되고 있다. 200m 정도는 무선으로 가능한 모델이 시공비 절감 및 케이블공사에 따른 외관상의 문제점 해결 등으로 선호되고 있다.

그리고 프로그램에 따라 라인(카메라)을 선택하는 스위치를 대부분 모니터에 내장하는 추세이다. 스위치 내장에 따른 추가비용은 20~50달러선이다. 따라서 스위치 별도 구입비용 150~250달러가 크게 절약되는 것이다.

또한, 모니터의 스크린을 4등분, 8등분식으로 분할하는 기능도 추가되고 있다. 또한, 경량화가 진행되고 있다. 모듈은 1/3"가 대충화되고 있다. 무게는 50~70g이 선호된다. 라인간 스위치는 10~15초 걸리는 기능이 대중적이다.

수입상들은 한국산 품질에 대해 긍정적인 편이나, 가격경쟁력 강화가 필요하다는 의견이며, 전반적으로 한국산의 진출이 증가할 것이라는 전망을 보이고 있다.

터키 수입상들은 가격에 민감하다. 이 분야는 수요도 많지

만 세계 주요 브랜드가 모두 수입돼 특히 경쟁이 치열한 분야이다. 따라서 가격경쟁력 확보가 중요한 과제이다. 이를 위해 SKD 방식거래를 원하는 경우에 적극 지원해 주고, 이자율 부담(연간 150%)을 덜어주는 결제조건도 신속적으로 받아주어야 시장개척이 원활하다.

터키에서 CCTV 수요가 증가세를 보이고 있어 한국산을 수입하려는 터키업체가 많지만, 업체들의 능력에는 편차가 심하므로 신중해야 한다. 적격업체 발굴을 위해 관련 전시회 참가 등도 바람직한 방법의 하나이다.

터키에서 에이전트 선정이 중요한 이유는 높은 인플레이션 때문이다. 이에 따라 대부분의 수입상은 유전스거래를 선호하고, 아니면 D/P, D/A 등을 희망한다. 따라서 자금력있는 유능한 에이전트 선정이 중요하다. 참고로 대 터키 D/A거래는 미결제로 이어질 우려가 많으므로 주의해야 한다.

※수입상 명단

- Videofon Guvenlik Sistemleri Ltd. Sti.  
Okcumusa Cad. Menevse Is Hani Kat : 3 No : 54/199 Karakoy Istanbul, Turkey  
Tel : 90-212-253-2155, 254-7884  
Fax : 90-212-253-3926

Contact : Mr. Mehmet Kahramanoglu

- Terim Elektronik Sanayi Ve Ticaret Ltd. Sti.  
Yuksekkaldirim Cad. No : 57 Terim Han Karakoy Istanbul, Turkey  
Tel : 90-212-244-5601, 292-2777  
Fax : 90-212-244-3441

Contact : Mr. Adil Saf

- Ortadogu Guvenlik Sistemleri Merkezi  
Gul Sokak No : 5 80310 Mecidiyekoy Istanbul, Turkey  
Tel : 90-212-213-7172  
Fax : 90-212-213-7649, 9479, 211-5039

Contact : Ms. Sevim Karatas

- Mesitas A.S.  
Kizilelma Cad. Mehmet Akif Sokak No : 14/2 Findikzade Istanbul, Turkey  
Tel : 90-212-585-2461  
Fax : 90-212-589-1149

Contact : Mr. Haluk Cuhadar

■ 화란, 도어폰 수입상 OEM 주문 위주  
-다른 만족제품있으면 구매선 쉽게 변경-

화란의 비디오 도어폰(이하 도어폰) 생산업체는 전무해 전

량 수입으로 국내 수요를 충족하고 있으며 대부분 가정용이 차지하고 있다. 도어폰 브랜드로 잘 알려진 필립스사 제품은 제 3국에서 생산돼 화란으로 역수입되며 가정용이 아닌 사무용으로 사용되고 있다.

화란의 도어폰 수입시장을 보면 95년 통관기준, DFL 5,060만의 수입실적을 보였으나 96년에는 DFL 3억360만으로 5배나 증가한 것으로 나타났다.

화란의 도어폰 시장의 주요 특징은 독일을 비롯한 유럽산이 강세를 계속 유지하고 있는 가운데 최근에는 미국산 수입이 급증하면서 시장을 주도하고 있다. 반면에 일본이나 홍콩을 비롯한 아시아산은 전반적으로 약세를 면치 못하고 있다.

수입실적 기준, 주요 수입국으로는 미국산이 탄탄한 기술력이 바탕으로 96년에 DFL 1,830만을 수입해 61.8%의 시장점유율로 최대수입국이 됐다.

한편, 95년까지 최대수입국이었던 독일산은 DFL 800만이 수입돼 전년 동기대비 54.6%의 수입이 감소, 시장점유율은 2.6%에 불과했다.

한편, 전반적으로 아시아산 도어폰이 수출부진세가 면치 못하고 있는 가운데 한국산 도어폰의 수입실적은 96년에 DFL 38만을 수입해 전년대비

● 수입실적

(단위 : DFL 천)

| 국 별      | 1994   | 1995   | 1996    |
|----------|--------|--------|---------|
| 미 국      | 5,432  | 14,279 | 187,513 |
| 중 국      | 1,021  | 8      | 12,231  |
| 독 일      | 19,652 | 16,866 | 7,993   |
| 스 위 스    | 2,214  | -      | 6,018   |
| 오 스트 리 아 | 4,911  | 1,247  | 2,678   |
| 홍 콩      | 1,084  | 858    | 2,215   |
| 일 본      | 1,200  | 2,499  | 1,329   |
| 한 국      | 269    | 61     | 380     |
| 핀 란 드    | 2,053  | -      | 10      |
| 총 계      | 44,655 | 50,624 | 303,636 |

자료 : 중앙통계국(CBS) 수출입 통계자료

※US \$ 1=DFL 1.75(94년), 1.60(95년) 1.68(96년)

523%가 증가, 대화란 시장진출은 활발히 전개되고 있는 것으로 평가된다.

국내생산이 전무한 화란의 도어폰 수출은 수입물량중 70% 이상이 재수출되고 있는 가운데 96년 수출실적이 DFL 2억6,700만을 기록, 전년대비 20배나 폭증했다. 특히 재수출 물량증가가 수입증가로 이어진다는 점이 화란시장의 주요 특징이다.

주요 수출국으로는 벨기에를 비롯한 대 EU국가가 수출총액의 약 75%를 점유하고 있고, 그밖에 중동이나 아프리카 등으로 많이 수출되고 있다.

도어폰의 수입관세율을 보면 일반관세가 7.5%, GSP는 2.6%가 각각 적용되고 있으며 현재 한국산은 홍콩·싱가포르산과 더불어 일반관세가 부과

되고 있다. 말레이시아산은 97년말까지 5%의 관세를 적용받으나 내년부터 일반관세국으로 전환될 예정이다.

한편, 전기를 전원으로 사용하는 도어폰은 96년 1월 1일부터 CE마크 부착을 의무화하고 있으며(단, 배터리로 전원공급하는 도어폰은 제외), 무선도어폰인 경우 화란 국영 전기통신사인 PTT의 무선주파수 사용허가를 받아야 수입할 수 있다.

범죄율 증가와 이를 사전 예방하기 위한 소비자의 심리가 가세하면서 보호관련 제품 판매가 호조를 보이고 있다. 도어폰은 가정용을 중심으로 구입되고 있으며 개인주택용이나 아파트 거주자를 중심으로 주요 수요층을 이루고 있다. 특히 아파트 신축건물인 경우 설계

시 도어폰 기종이 결정되는데, 설계자와 시공자, 입주자가 사전에 합의해 결정하고 있다.

시장에서 가장 잘 알려진 브랜드로는 지멘스와 에릭슨으로 알려져 있다.

도어폰을 취급하고 있는 수입상은 주로 OEM으로 주문하기 때문에 가격과 품질에 대해 민감한 반응을 보이고 있다. 따라서 만족하는 제품이 있으면 쉽게 구매선을 변경하는 경향을 보인다. 납기는 독일이나 인근 유럽에서 주문할 경우 1주일 이내, 한국을 비롯한 홍콩이나 대만에서 수입할 경우 최소한 3개월이 걸린다. 대금지불 방식은 주로 L/C가 보편적이거나 홍콩이나 대만과의 거래시 D/A도 많이 사용하고 있다.

수입제품의 보증기간은 보통 1~2년으로 이 기간중에 하자가 발생할 경우 신속한 서비스를 제공해야 한다. 보호제품 특성상 서비스가 지체된다면 브랜드와 제품에 치명적인 이미지가 손상이 가해지기 때문이다.

#### 아파트형 중심 시장진출전략 필요

수입상은 보증기간중 발생하는 하자에 대해 신속한 A/S를 제공하기 위해 완제품 외에 관련부품도 충분히 주문한다. OEM으로 수입되는 제품인 경우 수입상이 제품판매에 대한

판촉활동은 수입상이, 브랜드로 직접 공급되는 제품인 경우 공급자가 모든 판매활동을 하고 있다.

도어폰 설치 추세를 보면 일반 가정용 도어폰과 아파트의 다중연결방식의 도어폰이 많이 보급돼 있다.

각 분야별 설치방식을 보면, 우선 가정용 도어폰은 가옥구조에 따라 도어폰 설치방식이 상이하게 나타나고 있다. 단층연립주택의 경우 외문에 벨기능을 겸비한 1대 1 대화형 도어폰이, 아파트의 경우는 하나의 카메라로 통해 각 가구로 이어지는 다중연결방식의 도어폰이 설치되고 있다.

집내부에서 외부를 훤히 내다 볼 수 있는 일반가옥구조로 인해 회소가치가 떨어지는 가정용 도어폰보다 신규 건축되는 아파트에 도어폰이 대부분 설치되고 있어 아파트형 도어폰 중심으로 시장진출 전략이 필요하다.

현재 한국산 도어폰의 대화란시장의 진출이 활발하지 않아 타제품과의 제품경쟁력을 비교할 수 없지만 전반적으로 가격경쟁력은 있는 것으로 알려져 있다. 그럼에도 불구하고 현지수입상들이 한국산을 수입하지 않는 이유로는 적기 부품공급이 되지 않는다는 점을 들고 있다.

도어폰을 수입하고 있는 화

란수입상중 상당수가 한국산에 많은 관심을 보이고 있다는 점에서 수출업체의 시장개척 노력여하에 따라 진출가능성은 매우 밝은 것으로 보인다. 한편, 도어폰 수입중 일부가 중동이나 아프리카 국가로 재수출되고 있는 물량이 상당량 차지하고 있는 가운데 이들 국가로 진출하려는 관심업체는 화란의 중계수입상을 통해 우회수출을 시도해 보는 것도 시장진출을 위해 적극 모색해볼만 하다.

#### ※수입상 명단

- Elek Trends Nederland  
Leeghwatherstraat 12,  
4251 LM Werkendam  
Tel : 31-183-503441  
Fax : 31-183-504688  
Contact : Mr. Frank Bus
- Intpacom B.V., P.O.Box  
954, 1200 AZ Hilversum  
Tel : 31-35-6564079  
Fax : 31-35-6564107  
Contact : Mr. H.C.  
Schreyer
- Elinkeu-Intercom V.O.F.,  
Pr. Bernhardstraat 4,  
6267 CN Cadier En Keer  
Tel : 31-43-4071412  
Fax : 31-43-4073163  
Contact : Mr. C.J. Keutgen
- J. Lang, Slingerlandseweg  
1, 3381 KZ Giessenburg.  
Tel : 31-184-652550  
Fax : 31-184-652750



Contact : Mr. W.G. Lang

○Red Star Electronics B.V.  
Zuideinde 2-4, 2371 BV  
Roelofarendsveen  
Tel : 31-71-3319117  
Fax : 31-71-3312088

Contact : Mr.J.Van Roode

○Vercoma B.V.  
P.O.Box 240, 1520 AE  
Wormerveer  
Tel : 31-75-6217628  
Fax : 31-75-6213413  
Contact : Mrs. C. Brand

● 수입실적

(단위 : US \$ 천)

| 국 별     | 1995   | 1996  | 97. 1~4 |
|---------|--------|-------|---------|
| 화 란     | 2,782  | 943   | 179     |
| 스 페 인   | 76     | 730   | 170     |
| 영 국     | 1,216  | 570   | 214     |
| 이 탈 리 아 | 950    | 438   | 113     |
| 일 본     | 15,158 | 436   | 2       |
| 독 일     | 1,268  | 358   | 125     |
| 프 랑 스   | 3,103  | 138   | 5       |
| 대 만     | 69     | 111   | 55      |
| 싱 가 포 르 | 1      | 30    | -       |
| 한 국     | 1,330  | 8     | 1       |
| 기 타     | 1,322  | 320   | 206     |
| 총 계     | 27,275 | 4,082 | 1,070   |

자료 : INE(포르투갈 통계청)

■ 포르투갈, 비디오도어폰시장 활황

-신제품 개발, 가격인하 등이 수요 부  
추겨-

포르투갈의 비디오 도어폰 수요는 매년 두자리 숫자 이상의 증가율을 보이고 있다.

최근에는 기존 아파트 및 빌딩 입주자, 빌라 거주자 사이에서 비디오 도어폰 구입, 설치가 일반화되고 있고 각종 기능을 도입한 새로운 모델이 계속적으로 출시됨과 동시에 가격도 하향추세를 보이고 있어 비디오 도어폰에 대한 수요는 더욱 크게 증가되고 있다.

이처럼 주택 및 사무실 건축시 비디오 도어폰 설치가 일반화됨에 따라 건축 규모 증가율은 비디오 도어폰 수요 증가율에 직접적인 영향을 미치고 있다. 지난해에 건축규모 증가율은 5%를 초과했으며, 금년에

도 9% 이상의 증가율이 예상되고 있어 비디오 도어폰의 지속적인 수요증가는 당연한 결과로 보인다.

포르투갈에는 비디오 도어폰을 생산하는 업체가 없어 수요의 전부를 수입에 의존하고 있다.

포르투갈은 95년에 아파트 및 빌딩 건축붐이 일어남에 따라, 전년대비 수입규모가 크게 증가했다. 96년에는 지난해 재고분 소진을 위해 현지 소비자들의 수요증가에도 불구하고 수입은 안정세를 보였다.

한편, 대포르투갈 비디오 도어폰 최대 공급국은 화란이며, 그외 스페인, 영국, 이탈리아, 독일 등으로부터 많은 양을 수입하고 있다.

한국산과 일본산도 인지도

가 높아 수입상들이 선호하고 있어 현지시장에서 상당한 점유율을 차지하고 있으나 한국산의 경우 가격경쟁력 약화로 지난해부터 공급규모가 줄어드는 경향을 보이고 있다.

비디오 도어폰은 수입자유화 품목으로 수입시 쿼터가 적용되지 않으며 반덤핑 관세도 부과되지 않고 있다. 수입시 Form A에 의한 원산지 증명 이 요구되며, 수입관세는 EU 역외국산에 대해 4.9%, GSP 수혜국산에 대해 1.3%가 적용된다. 한국산은 GSP 수혜대상에서 제외돼 4.9%가 부과되고 있다.

소비자들은 구매시 가격외에도 기능, 디자인, 색상을 중요시 하고 있다. 색상은 흰색과 크림색이 가장 선호되고 있다.

제품의 보증기간은 최소 1년이며 2년 이상을 보증하는 제품이 선호되고 있다.

한편 최근에는 화상이 옥내의 모니터뿐만 아니라 TV에도 나타날 수 있도록 TV와 연결된 모델이 인기를 끌고 있으며 방문객 얼굴을 시간별로 기억할 수 있는 메모리 기능을 가진 모델이 관심을 끌고 있다.

주수요자인 건축업체는 설치비용 및 시간을 절감시킬 수 있도록 설치가 용이한 전기시스템을 채택한 제품을 특히 선호하고 있다.

포르투갈 시장에는 유럽 각국과 미국, 일본 등으로부터 다양한 브랜드의 비디오 도어폰이 진출해 치열한 경쟁을 벌이고 있어 수입상은 새로 시장에 선을 보이는 제품의 경우 기존 제품과 비교해 다방면으로 우위를 보이고 있어야 수입에 관심을 보이고 있다. 시장을 지배하는 특정 브랜드는 없다.

최근에는 신제품이 계속적으로 선을 보임에 따라 가격 외에도 고기능, 현대적 디자인 용도에 따른 기능의 다양성 등을 크게 고려하고 있다.

포르투갈 시장진출을 위해서는 전국 또는 지역별로 독점에 이천트를 지정해 수출하는 것이 가격 및 고객관리에 보다 효과적이다.

한편 수입상에게 제품의 기술사양, 카탈로그, 포장, 딜리

버리 등 관련 정보를 정기적으로 제공해야 하며, 특히 카탈로그 및 사용 안내서는 포르투갈어로 제작하는 것이 효율적인 마케팅을 위해 필요하다.

※수입상 명단

○MB Sat-Sistemas Via Satellite, Lda

R. Dos Quatro Caminhos, 7-8-2910 Setubal

Tel : 351-65-30981

Fax : 351-65-30981

Contact : Mr. Helder Brites

○F. Fonseca, Lda

Estrada da Taboeira, 87/89-Apartado 840, Esgueira-3812 Aveiro Codex

Tel : 351-34-315800

Fax : 351-34-315504

Contact : Mr. Eduardo Duarte

○Mundilarme, S.A.

R. Dos Quarteis, 52-1300 Lisbon

Tel : 351-1-363 4390

Fax : 351-1-363 4341

Contact : Mr. Armenio Santos

○Distrel-Com. Produtos Electricos, Lda

R.S. Roque da Lameiro, 1212-Loja 6-4300 Porto

Tel : 351-2-510 4800

Fax : 351-2-510 4800

Contact : Mr. Antonio

Marques

○Zembe, Lda

Alameda Linhas de Torres, 155-C-1750 Lisbon

Tel : 351-1-757 8135

Fax : 351-1-758 6351

Contact : Mr. Rorerio Martins

■ 요르단사, CCTV 수입원해  
-12" 모니터에 오디오 장착제품-

요르단의 CCTV 및 도어폰 수입시장 규모는 연간 350만 달러를 넘어서고 있다. 전량 수입에 의존하고 있는데 최근 전반적인 불경기에도 불구하고 사무실용 빌딩, 고급주택의 건축 붐은 꾸준해 이들 제품의 수요가 계속 늘어날 전망이다.

현재 우리 제품은 중급 가격대 시장에서 호평을 받고 있으며 약 10%에 가까운 시장점유율을 보이고 있다.

Wakileh Telecommunication & Electronics Corp.의 Wakileh사장은 한국제품은 조작성이 간편(단순기능 도어폰)하고 가격이 저렴하고 부품교체 용이(비디오 도어폰), 품질 우수 및 내구성이 좋은(CCTV) 등 강점을 지니고 있어 이탈리아, 터키, 대만 및 일본산 제품과 경쟁하기에 충분하다고 한다.

그러나 우리 업체들이 소량

주문에 적극 응하지 않는다는 애로사항을 지적했다.

이 회사에서는 이번에 한국으로부터 12" 모니터에 오디오 시스템이 장착된 CCTV 구매를 희망하고 있다.

※연락처

○Wakileh Telecommunication & Electronics Corp.  
P.O.Box 3497 Amman,  
Jordan  
Tel : 962-6-640990  
Fax : 962-6-825335

## ■ 미국, 카메라 달린 안경 개발

미국 존스홉킨스 의대가 만든 「엘비스」란 첨단장비가 미미한 시력만 남은 「사실상의 장님들」에게 희망을 주고 있다.

소형 비디오카메라가 부착된 커다란 안경같은 것으로 조금이라도 시력이 남아있는 사람은 이것을 이용해 물체형상을 원하는 크기로 조절해 또렷하게 볼 수 있다.

빛의 변화에 즉각적으로 대응하면서 명암의 대조를 순간적으로 보여주는 것이다. 개발 과정에서 실험에 참가했던 여교사 낸시는 학생들의 시험답안지를 자녀에게 읽게 해 채점해야 했으나 엘비스 덕분에 혼자 힘으로 채점이 가능해졌다. 문제는 돈. 엘비스의 상품화를 지원하겠다고 나선 기업은 아

직 없다.

기업들은 엘비스가 과연 얼마나 팔릴지 확신을 갖지 못한다.

생존에 필요한 것이 아니라 삶의 질을 높이기 위한 것이기 때문에 의료보험을 적용받기도 어렵다.

## 〈복사기〉

### ■ 복사기업계도 '인터넷 열풍'

그동안 전산환경이 상대적으로 낙후된 것으로 지적돼왔던 복사기업계에도 인터넷 바람이 거세게 불고 있다.

복사기업체들은 업종을 불문하고 유행처럼 번지고 있는 인터넷 열풍의 영향을 받아 최근 업무자동화를 골자로 한 첨단네트워크 시스템을 구축하고 인터넷을 통한 무한경쟁시대에 대비해 자사 웹사이트를 앞다퉈 개설하고 있다. 과거보다 한 차원 높은 고객서비스와 기업 이미지 제고를 위해 인터넷 홈페이지 구축이 필수불가결하다는데 의견을 같이하고 있기 때문이다.

인터넷 홈페이지에 가장 먼저 관심을 보인 복사기업체는 롯데캐논. 복사기업계에서는 가장 앞서나간다는 기치 아래 지난 5월 자체 기술력으로 인터넷 홈페이지를 구축하고 이미 가동에 들어갔다. 롯데캐논

은 홈페이지에 통신판매란을 신설해 토너·용지·잉크 등 복사기 소모품과 프린터 등에 대한 주문을 받아 판매로 연결하는 한편 고객서비스 창구도 마련해 인터넷을 통한 고객지원에 적극 나서고 있다.

현재 한글로만 서비스되고 있지만 오는 4·4분기 중에 영문서비스도 실시해 제휴처인 일본 캐논사 웹사이트와 연동도 추진한다는 계획이다. 또 앞으로 보안시스템인 방화벽과 함께 전자화폐 개념이 도입되면 인터넷상에서 국내는 물론 전세계를 대상으로 본격적인 전자상거래를 추진한다는 장기 계획도 수립했다.

최근 전산환경을 클라이언트 서버시스템으로 전환한 코리아 제록스도 인터넷 사이트 개설 및 운영방안에 대한 구체적인 일정을 마무리하고 오는 10월부터 연말까지 시범운영을 거쳐 내년 1월 본격 가동할 예정이다. 특히 코리아제록스는 복사와 공장, 그리고 4백여개의 대리점을 연결하는 인터넷도 구축해 영업의 활성화를 꾀함은 물론 인터넷을 통한 기업홍보 및 경쟁력을 한층 강화한다는 방침이다. 또한 전세계 1백30여개국에 판매거점을 확보하고 있는 일본 제록스도 연계, 세계 시장을 단일 네트워크로 묶어 유기적인 정보 제공 및 판촉활동을 펼친다는

계획도 마련중이다.

신도리코도 현재 직원들끼리만 활용하고 있는 사내 인터넷 홈페이지를 내년부터는 외부 사용자들에게도 확대 개방해 웹사이트 운영을 한층 강화한다는 방침이다. 특히 고객은 물론 대리점과 협력업체들에 부가가치를 제공한다는 방침 아래 전화나 팩스 등을 통하지 않고 온라인으로 복사기 및 사무자동화관련 제품에 대한 새로운 기술정보를 제공한다는 것이다.

업계 전문가들은 최근 복사기 업체들이 인터넷 웹사이트 구축에 적극 나서고 있는 것에 대해 『업체들이 복사기 위주의 사업에서 탈피해 프린터·스캐너 등 일반사용자를 대상으로 한 주변기기로 취급품목을 다양화하면서 인터넷이 일반 고객들과의 원활한 의사소통은 물론이고 향상된 서비스를 통한 기업이미지 제고와 제품 경쟁력강화에 크게 기여할 수 있다는 판단에서 비롯된 것』이라고 말했다.

### ■ 상반기 복사기시장 급속 고급화

복사기시장이 속도가 빠른 고급기 중심으로 급속 전환되고 있다.

관련업계에 따르면 신도리코 코리아제록스 롯데캐논등 복사기업체들은 올상반기중 6

만2천3백대의 복사기를 팔아 지난해 같은 기간보다 판매량이 15.8% 늘었다.

기종별로는 분당 복사속도가 30~50장에 이르는 고급기가 2만3천6백대로 39%나 신장, 가장 많이 팔렸다. 20~30장의 중급기는 1만8천5백대로 30% 늘었으며 보급기와 저가기가 그 뒤를 이었다.

고급기 소비가 이처럼 급속히 늘고있는 것은 기업체등 주 수요처가 업무효율을 높이기 위해 복사속도가 빠른 제품을 선호하는 데다 복사기업체들도 신제품을 고급기 중심으로 출하하고 있어서이다.

그동안 중급기와 보급기를 주로 생산해온 신도리코는 고급기 신제품을 잇따라 내놓고 있으며 코리아제록스와 롯데캐논등 고급기를 주력으로 삼고 있는 업체는 편집등 다양한 기능이 보강된 제품으로 승부를 걸고 있다.

### ■ 오스트리아, 레이저형 팩시밀리 판매최고

-작년 8배나 증가 품비형 수요 증가 추세-

오스트리아 소비연구기관인 GFK연구소의 분석자료에 따르면 96년도 통신기기의 매출액이 증가한 주요인은 통신기기시장의 절반 이상을 차지하고 있는 핸드폰의 매출이 크게

확대됐기 때문인 것으로 나타났다.

하지만 96년에 팩스기기의 매출규모도 물량기준으로 38%의 성장률을 기록했고, 금액기준으로도 8%가 증가한 약 4억8천만 달러를 기록했다. 팩시밀리시장은 통신기기시장의 약 20%를 차지하고 있다.

제조업체들간의 신제품 개발경쟁을 통해 성능이 향상되고 가격은 오히려 인하된 제품이 속속 출현함으로써 오스트리아에서 96년도 팩스기기의 평균 소비자가격은 전년대비 21%가 하락해 판매량의 증가에 큰 영향을 미쳤다.

오스트리아 전기 및 전자제품 전문정보지인 E&W에 따르면 오스트리아 팩스기기시장에서 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있는 제품은 열전사지용 팩시밀리이며, 96년도에 가장 높은 성장률을 기록한 타입은 레이저 팩시밀리(LED-Fax)로서 전년대비 8배의 매출액을 기록했다.

판매상들에 따르면 앞으로 일반용지(A4)를 사용하는 콤팩트팩시밀리(전화, 팩스, 자동응답기 기능 보유)의 수요가 증가추세를 보일 전망이며, PC의 보급확대에 따라 모뎀시장도 확대될 것으로 예상되고 있다. 이러한 시장상황에 따라 주로 고가품시장을 형성하고

● 수입실적 (단위 : US \$ 천)

| 국별  | 1995   | 1996   |
|-----|--------|--------|
| 일 본 | 8,829  | 4,596  |
| 한 국 | 1,431  | 4,316  |
| 화 란 | 2,515  | 4,287  |
| 대 만 | 2,431  | 2,471  |
| 독 일 | 8,259  | 2,275  |
| 스웨덴 | 186    | 1,391  |
| 벨기에 | 1,320  | 1,107  |
| 태국  | 310    | 1,034  |
| 스페인 | 1,180  | 841    |
| 중국  | 536    | 588    |
| 총계  | 30,329 | 24,993 |

자료 : 오스트리아 중앙통계국, 무역연감  
 \*US\$1=S11.42(94년), 10.08 (95년),  
 10.52(96년)

주 : 96년도 수치는 잠정통계임

있는 사무실용의 경우 PC접속이 가능한 다기능제품이 시판되고 있으며, 이러한 제품은 향후 가정용 부문시장에서도 점차 강세를 보일 것으로 전망된다.

팩시밀리는 오스트리아내에서 생산이 되지 않으며 중개수출도 이뤄지지 않고 있어 수출실적이 전무하다.

96년도 오스트리아 팩스기기 수입시장의 규모는 물량기준 약 4만9천대, 금액기준 약 2,500만달러로서 전년대비 각각 36%, 18%의 감소치를 기록했다. 96년도에는 일본(시장 점유율 18%), 한국(17%), 화란(17%), 대만(10%) 등으로 공급국가가 다원화됐다.

특히 스웨덴, 태국, 한국 등

의 시장점유율은 전년에 비해 3배 이상으로 증가했으며, 그 외에 화란과 중국은 각각 71%, 21%의 증가율을 기록했다. 반면 독일과 일본은 한국과 화란 등에 시장을 잠식 당해 전년대비 72%, 48%의 감소치를 기록했으며 스페인과 벨기에도 각각 29%, 16%의 감소율을 보였다.

한편 오스트리아 팩스기기 시장이 축소됐음에도 불구하고 한국은 96년에 전년대비 3배의 물량을 공급함으로써 시장 점유율 5위에서 2위로 뛰어올랐다.

팩스기기(HS Code 8517 2100 002)의 EU공통관세율은 7.5%이며, 개도국(SPGI) 제품은 2.6%, 저개발국(SPGC) 제품에 대해서는 수입관세가 없다. 개도국중에서 한국, 홍콩, 싱가포르를 관세혜택에서 제외돼 7.5%를 적용받고 있다.

E&W지에 따르면 현재 오스트리아 팩시밀리 시장에 진출하고 있는 브랜드중에서 5대 공급업체는 Brother, Olivetti, Philips, Samsung, Sharp로 한국의 S사 제품은 오스트리아 전자제품시장에서 높은 인지도를 확보하고 있는 것으로 나타났다.

가격경쟁이 심한 팩시밀리 시장의 특성상 가정용 제품의 경우 저가인 열전사지용 팩시

밀리의 시장주도는 당분간 계속되겠지만 현재 상태로 기술개발과 가격인하가 계속될 경우 일반용지용 팩시밀리로 수요가 이전될 전망이다. 이에 대한 대비가 필요하다.

한편 사무실용 팩시밀리 시장에서는 현재 레이저 및 잉크젯 제품이 주수요대상이 되고 있으며 PC와 연결해 여러기능을 활용할 수 있는 제품들이 시판되고 있다. 따라서 각 부문별로 구매패턴을 고려해 시의적절한 유형의 제품을 공급하는 전략이 필요한 것으로 보인다.

한국무역관에서 접촉한 수입상들은 오스트리아 팩시밀리 시장이 소규모이기 때문에 최저주문 물량이 많을 경우에 거래를 추진하기 어렵다는 점을 강조했다.

수입상인 Rudolf Haller GmbH사의 Haller씨에 따르면 96년에 한국 P사의 견본을 입수해 테스트한 결과, 기술상 문제점이 발생해 거래가 성립되지 않았는데, 이 회사는 아직도 기술상의 하자가 없는 한국산 제품의 수입에 관심을 보이고 있다.

이 회사는 첫단계에서 약 300대를 수입해 마케팅을 하고자 하며, 관심있는 공급업체는 기술 검사를 위한 견본과 제품의 기술설명서를 송부해 주기를 바라고 있다.

오스트리아 시장에 진출하기 위한 방안으로 오스트리아를 비롯한 독일어권에서 매년 개최되고 있는 PC 및 프린터 전문전시회나 사무용기기 전시회(IFABO)에 참가해 인지도를 넓혀가는 방안을 추천할 수 있다.

※수입상 명단

- Center Nachrichtentechnische Anlagen GmbH  
Gartengasse 21, A-1050  
Wien, Austria  
Tel : 43-1-54 600 143  
Fax : 43-1-54 600 122  
Contact : Mr. Johann Pfefferer
- Rudolf Haller GmbH  
Draulaende 3, A-9500  
Villach, Austria  
Tel : 43-4242-217166  
Fax : 43-4242-230018  
Contact : Mr. Haller
- Hartlauer Handels GmbH  
Stadtplatz 13, A-4400  
Steyr, Austria  
Tel : 43-7252-5882014  
Fax : 43-7252-58817  
Contact : Mr. Eigner
- Emporia Telecom GmbH  
Industriezeile 36/2, A-4020  
Linz, Austria  
Tel : 43-732-777717  
Fax : 43-732-7777178  
Contact : Mr. Fellner

■ 일본 복사기업체, '신명'

급속한 디지털화를 기반으로 하는 다기능화와 PC 주변기기화에 힘입어 일본 복사기업체가 활기를 되찾고 있다. 특히 복사기의 다기능화는 프린터업체를 자극, 고유영역이 무시되는 치열한 시장경쟁을 예고하고 있다.

디지털화가 급속히 추진되면서 최근 복사기업체들의 실적이 크게 개선되고 있다. 주요 업체인 캐논은 복사기분야에서 올 2·4분기와 3·4분기 잇따라 전기 실적을 갱신한 데 이어 오는 4·4분기에도 또다시 최고치를 기록할 것으로 전망되고 있다.

일본사무기계공업회 조사에 따르면 일본 복사기업체의 1·4분기 출하실적은 대수 면에서 전년 동기대비 15.9%, 금액 면에서 22.8% 증가했다. 기종별로는 아날로그 기종의 증가세는 거의 담보상태였으나 흑백 디지털 기종이 약 2배, 컬러 디지털 기종이 약 50% 늘어났다. 이에 따라 이 기간 컬러 기종을 포함한 디지털화 비율은 대수 기준 28%, 금액 기준으로는 44%를 기록했다.

디지털 복사기는 PC부품 2년 뒤인 94년과 95년께 시장을 형성, 지난해 후반부터 본격적으로 보급되기 시작했다. 최근의 급속한 시장확대는 프린터

기능을 첨가한 PC 주변기기화, 저가격화 등이 주효했다. 공간의 제약을 많이 받는 개인 사무실을 중심으로 네트워크화에 대한 요구가 늘어나면서 수요가 급팽창하고 있는 것이다.

복사기의 디지털화는 시장 활성화 이외에도 다양한 메리트를 복사기업체에 제공하고 있다. 우선 꼽을 수 있는 것이 부가가치의 창출. 디지털 복사기는 아날로그 복사기와 달리 다기능화가 손쉬워 기능확장과 그에 따른 부가가치 책정으로 가격인상에 대한 소비자의 저항감을 줄일 수 있다.

디지털 복사기는 또 부품가격에서 반도체 부품이 차지하는 비율이 아날로그 기종에 비해 상대적으로 높기 때문에 반도체 기술발전에 의한 부품의 공통화, 부품수 절감, 부품단가 하락 등을 통한 생산원가 축소의 여지가 많다. 즉 수익성의 대폭적인 확대가 기대된다.

그러나 디지털 기종의 보급 확대로 복사기는 프린터와의 경쟁을 피할 수 없게 됐다. 원래 복사기와 프린터는 출발점에서는 기술과 목적이 모두 다른 제품이었으나 디지털 복사기와 레이저 프린터(LBP)의 등장으로 양 제품의 기술적인 경계와 양 제품의 사용목적이 중첩되는 상황이 나타나기 시작했다.

복사기업체들은 다기능 복

사기의 초기제품에는 주로 팩스기능만을 추가했다. 그러나 최근에는 프린터기능까지 집적한 1대 3역 복합기를 다수 시판하고 있다. 프린터기능의 첨가는 당연히 PC 주변기기화로 이어졌고, 이것이 프린터업체들을 자극했다.

이같은 복사기업체의 움직임에 대응하기 위해 프린터 생산업체도 레이저 프린터에 판독기능과 자동분류기능을 추가한 기종을 투입하면서 복사기 고유영역을 넘보고 있다. 프린터업체들은 또 디지털 카메라의 등장을 계기로 고품질 프린터를 시판하면서 사진시장도 넘보고 있다.

이처럼 복사기·프린터·사진시장의 경계를 강타하고 있는 디지털화의 강풍은 현재로는 복사기업체에 가장 유리하게 작용하고 있다. 그러나 업종을 뛰어넘는 경쟁환경 조성으로 앞으로 이들 업체간 치열한 시장쟁탈전이 불가피할 것으로 보인다.

### ■ 제록스, 프린터 시장진출

복사기의 대명사 제록스사와 간판 프린터업체 휴렛팩커드사가 상대방 분야에 각각 신규 진출, 서로의 아성에 도전할 것을 선언해 업계의 관심을 모으고 있다. 제록스는 1분당 32페이지와 24페이지를 각각 인

쇄할 수 있는 프린터를 대당 2천9백달러와 2천4백50달러에 출시, 프린터 시장에 진출한다고 발표했다. 제록스는 이와 함께 휴렛팩커드(HP) 프린터 제품과 호환성이 있는 토너 및 카트리지도 생산한다고 밝혀 HP가 누려 온 「프린터 아성」을 완제품 뿐 아니라 부품에 이르기까지 총체적으로 공략할 의도를 드러냈다.

이에 대해 HP는 「제록스가 뛰어든 분야는 별 부가가치가 없는 저급 기종에 국한돼 있다」며 「그동안 HP가 프린터 분야에서 독보적으로 구축해 온 명성에 조금의 위협도 되지 않을 것」이라고 일축했다.

HP는 이와 함께 그동안 축적해 온 프린터 제조기술을 활용, 향후 18개월 동안 복사기 기능을 겸비한 최첨단 복합기능 프린터 시리즈를 내놓기로 하는등 오히려 제록스 아성에 대해 역습을 시도할 계획이라고 밝혔다. HP는 이와관련, 자사프린터 제품의 대리점 망이 미국 전역에 탄탄하게 구축돼 있어 이를 활용할 경우 제록스의 복사기 시장을 크게 잠식할 수 있을 것이라는 자신을 보이고 있다.

그러나 제록스의 전략 역시 만만치는 않다. 프린터와 복사기에 공통적으로 적용되는 중요 기술 중 하나인 종이말림(paper jam)방지 기술에 관한

한 제록스가 독보적인 만큼 HP의 프린터 아성을 무너뜨리는 것은 시간 문제일 뿐이라는 주장이다.

### ■ 대우통신, OA서비스 사업 참여 -컬러 카피·인터넷 접속·팸플릿 제작-

대우통신이 국내업계 최초로 무인카드 고속복사, 인터넷 접속, 포스터 및 팸플릿 제작 등 각종 OA서비스를 제공하는 체인점 형태의 전문 OA서비스 사업에 참여했다. 그동안 미국 킹코스라는 전문 OA서비스 업체가 체인점을 개설해 국내시장을 공략해왔는데 국내업체로는 이번이 처음이다.

대우통신은 미국업체와의 경쟁을 고려해 전문 OA서비스 전문점의 이름을 「킹카피(King Copy)」로 정하는 한편, 지난달 서울대 앞에 체인점 1호를 개설했으며 연말까지 신촌·안암동 등 대학가를 중심으로 수도권 지역에 10여개의 체인점을 추가로 설치할 계획이다. 이어 오는 98년까지 주요 대도시를 포함해 전국에 2백여개의 체인점을 개설, 전국망을 확보해 운영하기로 했다.

OA서비스 전문점인 「킹카피」의 사업은 무인카드 복사기를 이용한 컬러카피, 인터넷 접속 등의 셀프서비스 품목과 포스터·팸플릿·카탈로그 제작

등 제작대행 사업으로 이원화돼 전개된다.

대우통신은 체인점 활성화를 위해 회원제를 도입하기로 했는데 회원에 가입하는 고객들을 대상으로 IC카드를 발급, 각 OA서비스를 이용할 경우 10%를 할인해 주기로 했다.

이 회사는 또 지난달부터 서울대 1호점을 오전 9시에서 밤 12시까지 운영해 본 결과 고객들로부터 24시간 영업에 대한 요구가 높아짐에 따라 24시간 운영방안을 적극검토하고 있다.

#### <레이저>

#### ■ 하나기술, 한국기계연구원과 공동으로 레이저 미세가공기술 개발

레이저빔을 이용, 1기가급 반도체와 10층 이상 다층 인쇄회로기판(PCB) 등 각종 첨단 전자부품을 설계·제조할 수 있는 미세가공 기술이 국내에서 개발됐다.

한국기계연구원 윤경구 선임연구원팀(자동화연구부)은 하나기술과 공동으로 지난 95년부터 약 2년간 1억4천만원을 투입, 1기가급 반도체·다층PCB·세라믹센서 등 경박단소형 차세대 전자부품 설계 및 제조의 핵심기술인 미세가공 기술을 개발했다.

이번에 개발에 성공한 미세

가공기술은 레이저 빔을 이용, 회로선 폭과 깊이를 각각 2백  $\mu\text{m}$ 와 15 $\mu\text{m}$ 를 유지하면서 매초 10mm를 가공할 수 있는 것이 특징이다.

기계연구원은 이 미세가공 기술을 확보함으로써 앞으로 아무리 복잡한 전자부품이라고 해도 설계도면만 있으면 이를 고체촬상소자(CCD)와 컴퓨터·레이저 빔 등을 이용해 쉽게 확대·축소할 수 있게 됐다고 밝혔다. 기계연구원은 특히 이 기술에 대해 전자부품 설계·제조분야뿐 아니라 목재·금속·플라스틱분야에도 활용이 가능할 것이라고 기대했다.

#### ■ 미국, 레이저 이용한 연막장치개발

유명인사들이 파파라초(자유계약 사진사)들로부터 사생활을 보호할 수 있게 됐다.

미국의 중소기업 알즈카사(社)가 「이글아이(독수리 눈)」라는 첨단소형기기를 개발, 시판에 들어갔다. 이 기기를 몸에 착용하면 주변에 레이저광선으로 보호막이 형성돼 사진이 찍혀도 피사체의 화상을 염망으로 만든다. 가격은 모델종류에 따라 개당 70달러에서 4백달러까지 다양하다.

이글아이가 「팝콘」처럼 대중화되지는 않겠지만 일부 유명인사들을 중심으로 사생활보호에 관심있는 사람들로부터 크

게 환영받을 것이라는 게 회사측의 주장.

알즈카사는 지난해 이 장치를 개발했지만 다이애나 전 영국왕세자비의 사망을 계기로 최근에는 시판케 됐다. 다이애나의 교통사고는 뒤쫓던 파파라초들을 따돌리려고 과속질주함으로써 발생했기 때문에 최근 파파라초에 대한 반감은 극에 달한 상태다.

#### <정부기관>

#### ■ 국립기술품질원, 품질경쟁력 최우수 100대사 선정

국립기술품질원(원장 이승배)은 1백26명의 산·학·연 전문가로 구성된 「한국품질아카데미」의 심사를 통해 「국내 최우수 품질경쟁력 1백대 기업」을 선정, 발표했다. 국립기술품질원은 품질경쟁력 우수사례를 발굴 모델화, 이를전산업에 확산시켜 우리산업의 경쟁력을 높여나가기 위해 1백대 기업을 선정케됐다고 설명했다.

이중 광학기 기 협회원사로는 전자기기분야에 롯데캐논(주)와 의료광학분야에 삼성항공산업 정공부문이 선정되었다.

이번 품질경쟁력 우수 1백대 기업은 자체신청 및 관련기관 등에서 추천한 2천4백5개 업



체중 한국품질아카데미가 1차 서류심사와 2차 현장심사를 통해 경영실적 제품개발능력 품질경영추진실적등을 종합평가한 끝에 뽑힌 업체들이다.

**환경부, 복사기·에어컨에도 환경마크**

앞으로 복사기와 가스보일러 에어컨 세탁기 식기세척기 등도 환경마크를 붙일 수 있게 된다.

환경부는 환경오염이 적은 상품개발을 유도하기 위해 환경마크 대상품목을 일회용 소모품에서 벗어나 내구성 제품 위주로 확대키로 하고 환경친화성이 높은 11개 제품군을 추가로 선정했다고 밝혔다.

환경부가 새로 지정하려는 환경마크 제품군을 보면 △배기가스 저감형 가스보일러 △절전·저소음 복사기 △절전·오존층 보호 에어컨 △절전·절수형 세탁기 △절전·절수형 식기세척기 △수질오염저감형 세제류 등이다.

또 △저공해 잉크와 인쇄물, 필기구 △전해액(황산) 유출가능성이 적은 축전지 △유해화합물 저감형 도료 △석면, 염화불화탄소(CFCs)를 사용하지 않는 단열재 △폭발성분 일회용품 등 모두 11개다.

환경부는 현재 한국화학시험연구소가 용역 중인 환경마

크 부여기준 보완·정비계획이 마무리되는 대로 이를 확정, 시행할 방침이다.

환경부는 또 환경마크를 인증받은 제품들이 독일 등 선진 외국과는 달리 국내에서는 소비자에게 호응을 얻지 못하고 있다고 보고 친환경제품의 판매·확대를 위해 환경마크 제품에 대해 생산·소비·폐기 등 전과정에서 평가 근거를 마련하는 등 부여기준을 강화할 계획이다.

환경마크제도란 환경오염을 적게 일으키는 상품에 일정한 '마크'를 부여해 소비자에게 이를 구매하도록 유도하고 상품 생산업자에게는 환경오염이 적은 상품을 개발하도록 유도하는 인증제도이다.

**과학기술처, 하반기 KT마크 인정 기술 71건 선정**

97년도 하반기 국산신기술(KT마크)인정 예정기술 71건이 선정됐다.

과학기술처와 한국산업기술진흥협회가 발표한 예정기술에는 기계분야가 현대자동차의 '자동차 연료주유시 가스발산 방지장치' 등 23건으로 가장 많았다.

이어서 삼성전자의 '광디스크 플레이어용 회전안정기구' 등 전기·전자분야 17건, 새롭기 기술의 '인터넷-전화망 통합

환경을 지원하는 팩스 송수신과 관리기술' 등 정보통신분야가 11건을 차지했다.

화학생물분야는 한국신약의 '상황버섯 유래 항암면역 강화 산성다당체 제조방법' 등 8건, 환경분야는 주식회사 대우·대우중공업의 '역진화격자 스토커식 소각로 설계기술' 등 7건, 소재분야는 5건이 선정됐다.

이 중 삼성항공산업(주)는 3배준 디지털 사진촬영시스템(인정기간 2년), 일체형 금형기술에 의한 초정밀 L/F(2년)의 기술을 전기전자분야에서 인정예정받았다.

또한 기계분야에서 삼성항공산업(주)는 에어용 터보 압축기 설계기술(2년), Gold Wire Bonding 기술(3년)을 인정예정받았고 코리아체록스(주)는 전기전자분야에서 아나로그복사기에서의 High Speed 구동장치기술(2년)에 대한 인정예정을 받았다. 그리고 엘지전자(주)는 Projection TV용 구매형 투사렌즈기술(3년)을 전기전자분야에 선정되었다.